

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN, BAURAN PROMOSI, DAN *BRAND*  
*IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
(Studi Kasus pada Toko Roti Rapi Semarang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis  
Universitas Katholik Soegijapranata**



**DIAJUKAN OLEH:**

**IGNATIUS IRFAN SURYANA**

**21.D2.0001**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ignatius Irfan Suryana

NIM : 21.D2.0001

Progdi / Konsentrasi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul **“PENGARUH SIKAP KONSUMEN, BAURAN PROMOSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Toko Roti Rapi Semarang)”** tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 27 Februari 2023

Yang menyatakan,



Ignatius Irfan Suryana



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : PENGARUH SIKAP KONSUMEN, BAURAN PROMOSI, DAN BRAND  
IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Toko  
Roti Rapi Semarang)

Diajukan oleh : IGNATIUS IRFAN SURYANA

NIM : 21.D2.0001

Tanggal disetujui : 22 Februari 2023

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 1 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Penguji 2 : Dr. Posmaria Setiaswi Sitohang S.E., M.Si.

Penguji 3 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=21.D2.0001](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=21.D2.0001)

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ignatius Irfan Suryana

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“PENGARUH SIKAP KONSUMEN, BAURAN PROMOSI, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Toko Roti Rapi Semarang)”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Februari 2023

Yang menyatakan,



Ignatius Irfan Suryana

## KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Sikap Konsumen, Bauran Promosi, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Toko Roti Rapi Semarang)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menggelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang tiada henti memberikan kasih, hikmat, rahmat, dan sukacita kepada penulis.
2. Kepada orang tua, serta kakak & adik yang selalu memberikan dukungan dan hiburan, dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan studi.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Drs. Theodorus Sudimin, MS. atas ijinnya kepada penulis agar cepat menyelesaikan studi.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dr. Widuri Kurniasari, SE., Msi atas dorongan serta dukungannya kepada penulis agar cepat menyelesaikan studi
5. Drs. A. Sentot Suciarto, MP.,PhD.selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membimbing penulis.

6. Dr. Retno Yustini M.SI selaku reviewer 1 yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membagikan ilmunya demi menyempurnakan karya tulis ini
7. Dr. A.Posmaria Setiasiwi S., SE., M.SI selaku reviewer 2 yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membagikan ilmunya demi menyempurnakan karya tulis ini
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata yang telah dengan sabar memberikan ilmu dan membimbing kepada penulis.
9. Teman-teman yang telah memberikan hiburan dan semangat kepada penulis.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca supaya skripsi ini dapat memberikan manfaat pada bidang pendidikan dan dapat dikembangkan lagi lebih lanjut.

Semarang, 27 Februari 2023

Peneliti,



Ignatius Irfan Suryana



## ABSTRAK

Roti merupakan salah satu jenis produk makanan atau kuliner yang memiliki peluang yang cukup menjanjikan. Hal ini tentu akan mendorong banyak perusahaan yang bermunculan dengan berbagai macam roti untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Salah satunya adalah Toko Roti Rapi merupakan bisnis ritel yang berada di sektor makanan khususnya roti & aneka jajan pasar tradisional yang telah berdiri sejak 1 Desember 1958 di Jalan Kauman No. 66 Semarang. Toko Roti Rapi mengandalkan penjualannya pada konsumen lama yang sudah loyal dan telah memiliki sikap konsumen yang positif dimana saat terjadi pandemi COVID-19 bertumpu pada instansi yang banyak melakukan *Work From Home* (WFH). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sikap konsumen, bauran promosi, dan *brand image* terhadap minat beli pada toko Roti Rapi. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan jumlah sampel yang berhasil dihimpun adalah 98 responden. Untuk mendapatkan data, peneliti menggunakan kuesioner yang selanjutnya diolah dengan software SPSS versi 26 dengan tahap-tahap pengujian yaitu: Statistik Deskriptif (responden dan variabel), Uji Instrumen (validitas dan reliabilitas), uji Asumsi Klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), Uji regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini adalah secara parsial dan simultan sikap konsumen, bauran promosi, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut dikarenakan pelanggan Toko Roti Rapi Semarang akan memiliki sikap yang baik, bauran promosi yang baik, dan *brand image* yang baik sehingga pelanggan yang pernah membeli tersebut dan merasa cocok sehingga mengulangi pembelian secara berkala. Artinya, jika sikap konsumen, promosi, dan *brand image* mengalami peningkatan maka minat beli konsumen juga akan mengalami peningkatan.

Kata kunci: sikap konsumen, promosi, dan *brand image*, minat beli

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2. <i>Customer Based Brand Equity</i> (CBBE) .....	12
2.1.3. Minat Beli .....	14
2.1.4. Sikap Konsumen .....	18
2.1.5. Bauran Promosi .....	21
2.1.6. <i>Brand Image</i> .....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Kerangka Pikir.....	29
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	29
2.4.1. Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Minat Beli.....	29



2.4.2. Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Beli .....	30
2.4.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli.....	31
2.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian.....	34
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	34
3.3. Teknik pengumpulan data .....	36
3.4. Uji Instrumen.....	36
3.4.1. Uji Validitas .....	37
3.4.2. Uji Reliabilitas .....	38
3.5. Teknik Analisis Data .....	39
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	39
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.1. Uji Normalitas .....	39
3.5.2.2. Uji Multikolinearitas.....	39
3.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	40
3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
3.5.3.1. Uji t .....	41
3.5.3.2. Uji F .....	41
3.5.3.3. Koefisien Determinasi .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1. Gambaran Umum Toko Roti Rapi.....	42
4.2. Statistik Deskriptif Responden.....	43
4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2.2. Responden Berdasarkan Umur.....	43
4.2.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
4.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
4.2.5. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Langganan .....	46
4.3. Statistik Deskriptif Variabel.....	47
4.3.1. Statistik Deskriptif Variabel Sikap Konsumen.....	48
4.3.2. Statistik Deskriptif Variabel Bauran Promosi .....	49

4.3.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	50
4.3.4. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	51
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4.1. Hasil Uji Normalitas .....	51
4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
4.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
4.5.1. Hasil Uji t .....	56
4.5.2. Hasil Uji F .....	57
4.5.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	58
4.6. Pembahasan .....	58
4.6.1. Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Minat Beli .....	58
4.6.2. Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Beli .....	59
4.6.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli .....	61
BAB V PENUTUP .....	63
5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	63
5.3. Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey.....	7
Tabel 1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 2.2 Definisi Operasional & Pengukuran Variabel .....	32
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	45
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Langganan.....	47
Tabel 4. 6 Kategori Jawaban Responden .....	48
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Sikap Konsumen.....	48
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Bauran Promosi.....	49
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Brand Image.....	50
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	56
Tabel 4. 16 Hasil uji F.....	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji Determinasi.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Omset Penjualan Per-bulan Tahun 2021 .....	4
Gambar 2.1 Model Hierarki Respon .....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Produsen Roti di Semarang.....	69
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 3 Data Penelitian.....	70
Lampiran 4 Statistik Deskriptif Responden .....	74
Lampiran 5 Statistik Deskriptif Variabel .....	75
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas .....	78
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	80
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	83
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	85

